

Міжнародна студентська науково - технічна конференція
"ПРИРОДНИЧІ ТА ГУМАНІТАРНІ НАУКИ. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ"

УДК 658.8

Базюченко А.—ст. гр. МгЗКМ-17 (з)

Київський національний університет технологій та дизайну

РОЛЬ БРЕНДУ В ЕКОНОМІЧНІЙ БЕЗПЕЦІ УКРАЇНИ

Науковий керівник: к.е.н. Зимбалева Ю.В.

Bazyuchenko A.

Kiev National University of Technologies and Design

BRAND'S ROLE IN THE ECONOMIC SECURITY OF UKRAINE

Supervisor: Candidate of Economics Zimbalevska Yu.V.

Ключові слова: бренд, брендинг, економічна безпека України

Keywords: brand, branding, the economic security of Ukraine

Глобалізація економічної системи характеризується трансформацією форм і методів конкуренції конкурентної боротьби національних економік. Формування національного бренду як однієї з інноваційних складових показника економічної безпеки України можна вважати одним із ключових інструментів підвищення її привабливості для інвесторів, підприємців, відвідувачів і туристів

Розвиток механізмів бренд-менеджменту обумовлює формування бренду України, який забезпечить просування національних досягнень на глобальному ринку. Використання такого стратегічного інструменту як брендинг передбачає реалізацію комплексу заходів щодо цілеспрямованого формування позитивного іміджу конкурентного бренду України. А це, в свою чергу, є невід'ємною інноваційною складовою розпилення рівня економічної безпеки України з позицій її євроінтеграційних та загальноцивілізаційних пріоритетів за умов складної соціально-економічної та геополітичної ситуації.

В контексті практичного брендингу економічна безпека України відображає її здатність ефективно функціонувати, протидіючи появі дестабілізуючих загроз шляхом управління сукупністю складових, що відображають стан внутрішнього та зовнішнього середовища інструментів оцінки національного бренду, таких як міжнародні індекси та рейтинги країни.

Фінансова складова охоплює економічне значення, спеціалізації, тенденції розвитку фінансової системи України. Інтелектуальна та кадрова складові доводять, що формування бренду «Україна» можливе лише завдяки зусиллям українців. Для того, щоб бренд «Україна» отримав презентаційну форму, потрібно, щоб громадяни стали його «носіями»: виїжджаючи за кордон, активно і з повагою поширювали, а, залишаючись у межах власної країни, розповсюджували та передавали у спадок. Політико-правова складова має охоплювати законодавчо сприятливий інвестиційний клімат. Хоча, у свідомості 30% мешканців України, вона асоціюється з політичними скандалами. інформаційна складова має реалізуватися через уособлення неповторності нашої країни. Техніко-технологічна, екологічна і силова складові представляють собою сутісну спрямованість бренду, а зовнішньоекономічна складова передбачає просування ідеї на глобальному ринку. Бренд «Україна» є приводом для конструктивної взаємодії між представниками країни та різними закордонними цільовими групами.

Перейдемо до аналізу показників складових економічної безпеки України (табл. 1).

Таблиця 1

Динаміка показників складових економічної безпеки України за 2009-2016 рр.

№ п/п	Найменування складової економічної безпеки України	Значення складових економічної безпеки України по роках								Динаміка за 6 років
		2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
1.	Фінансова	67	66	66	51	49	48	50	53	0,79
2.	Інтелектуальна та кадрова	87	86	85	83	84	90	92	93	1,07
3.	Техніко-технологічна	61	64	62	58	55	53	58	53	0,87
4.	Політико-правова	29	32	32	34	31	34	30	33	1,48
5.	Інформаційна	30	40	50	43	38	41	53	38	1,27
6.	Екологічна	43	45	41	44	46	45	53	45	1,05
7.	Силова	38	43	53	55	57	38	40	41	1,08
8.	Зовнішньоекономічна	48	45	40	36	40	35	40	40	0,83
9.	Інноваційна	38	36	41	41	41	34	35	36	0,95

Джерело: сформовано автором згідно з методичними рекомендаціями Міністерства економічного розвитку України

З даних табл. 2 видно, що протягом 2009-2016 рр. з-поміж усіх складових економічної безпеки України лише інтелектуальна та кадрова постійно знаходилася в оптимальній зоні (80-100%), значення решти складових є незадовільними (29-60%). Найбільше скорочення показника фінансової складової зафіксоване на рівні -19%, а також зовнішньоекономічної -18%. Показники інформаційної (+27%), силової (+8%), інтелектуальної та кадрової (+7%), екологічної (+5%) складових економічної безпеки України демонструють позитивну динаміку.

В динаміці за 6 останніх років найбільший приріст +48% забезпечила політико-правова складова економічної безпеки України, незважаючи на наявність великої кількості загроз економічній безпеці України - недостатня правова захищеність інтересів населення; порушення юридичних прав; умисне або ненавмисне розголошення комерційно важливих відомостей; порушення норм патентного права. Асоціації з політичною нестабільністю та невизначеністю зовнішньополітичного курсу України лякає іноземних інвесторів та закріплює імідж несамостійної держави, якою маніпулюють більш впливові країни (Росія, США).

Результати опитування також підтверджують незадовільні значення розрахованих показників економічної безпеки України. Так, на думку іноземців, Україну від демократичного ідеалу відрізняють: політична й економічна нестабільність (43%), корупційність держапарату (22%), неякісний менеджмент (23%), відсутність правової культури (12%). Тільки 9 чоловік зі 100 пропонують при просуванні бренду України звернути увагу на її науковий потенціал.

Покращення показника економічної безпеки Україні вимагає комплексного підходу до розвитку механізму інноваційної компоненти, що оптимально реалізується у форматі національного бренду. Формування бренду країни передбачає одночасний розвиток всіх складових економічної безпеки – фінансової, інтелектуальної та кадрової, техніко-технологічної, політико-правової, інформаційної, екологічної, силової, зовнішньоекономічної - дозволить Україні стати інноваційним центром, що буде приваблювати до співпраці інтелектуальний та фінансовий капітал, приверне увагу туристичних потоків, покращить загальний рівень добробуту населення.